

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada saat sekarang ini banyak sekali media yang menggunakan teknologi untuk diterapkan dalam mempermudah kegiatan manusia pada aktivitas sehari-hari. Teknologi tersebut banyak digunakan diberbagai aplikasi, diantaranya aplikasi multimedia. Multimedia sangat membantu mengatasi masalah yang ada, diantaranya masalah promosi sebuah warung makan.

Salah satu media promosi yang sangat berpengaruh saat ini adalah melalui media televisi. Dengan ditandai banyaknya kehadiran stasiun televisi komersial baru, baik nasional maupun lokal (local channel), termasuk stasiun tv berlangganan. RBTV adalah salah satu stasiun televisi lokal yang jangkauan penyiarnya cukup baik di daerah Yogyakarta. Sebagai stasiun televisi lokal, RBTV memberikan berbagai program acara yang kreatif. Melalui media peniaran televisi sangat berpeluang untuk mengenalkan produk atau jasa sehingga dapat dengan cepat dikenal masyarakat pada umumnya. Oleh karena itu iklan televisi berpengaruh besar dalam meningkatkan kemajuan suatu perusahaan atau instansi.

Dengan media periklanan di televisi penulis bermaksud menambah jumlah media promosi untuk menarik lebih banyak pelanggan.

Untuk mengaplikasikannya penulis akan merancang sebuah video iklan promosi Waroeng SS yang menarik dengan gambar menggunakan efek komputer. Sehingga akan lebih menarik sasaran yang melihatnya.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana membuat analisis dan merancang sebuah iklan televisi lokal sebagai penunjang media promosi pada Waroeng SS (Special Sambal) di Yogyakarta dengan mengkomposisikan beberapa software editing (Adobe Premier CS6 dan Adobe After Effect CS6) ?

1.3. Batasan Masalah

Agar penulisan dan perancangan tidak menyimpang dari pembahasan rumusan masalah, maka penyusun membatasi penelitian dan perancangan video iklan sebagai berikut:

1. Iklan ini dibuat untuk Waroeng SS di Yogyakarta sebagai media promosi dalam bentuk video dengan durasi 30 detik yang akan ditayangkan pada televisi lokal Yogyakarta (RBTv TV).
2. Pembuatan iklan ini membutuhkan beberapa software antara lain : Adobe After Effect CS6 dan Adobe Premiere Pro CS6.
3. Hardware yang digunakan : kamera video, lampu studio, light stand, tripod, microphone.
4. Menggunakan format video MPEG.

5. Menggunakan teknik motions tracking pada tahap produksi.
6. Penelitian ini hanya membahas sampai dengan tahap penayangan.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari pembuatan iklan Waroeng SS adalah :

1. Untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh dari kegiatan perkuliahan dan sebagai syarat kelulusan jenjang strata satu di STMIK AMIKOM Yogyakarta.
2. Pembuatan iklan Waroeng SS sebagai media promosi yang baru di Waroeng SS Yogyakarta.

1.5. Manfaat Penelitian

Iklan komersial adalah iklan yang sifatnya untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau jasa. Iklan komersial secara garis besar merupakan bentuk karya yang berisi gagasan-gagasan, ide-ide yang bersifat persuasive. Iklan dibuat salah satunya untuk mengenalkan produk atau jasa memberikan informasi dan citra yang baik sehingga khalayak mengerti keberadaanya.

Manfaat dari adanya informasi yang lengkap dan cukup mengena dapat menimbulkan sikap dan menjadi salah satu pendorong khalayak sasaran untuk memilih. Karena kaitannya dengan promosi Waroeng SS maka diharapkan dengan adanya perancangan iklan berupa promosi Waroeng SS yang digambarkan dengan visual effect akan menarik minat khalayak sasaran.

a. Bagi Calon Konsumen

Agar calon konsumen lebih banyak memiliki alternative dalam memilih tempat makan.

b. Bagi Waroeng SS

1) Iklan komersial ini dapat menambah jumlah pelanggan baru di Waroeng SS.

2) Membawa citra yang baik untuk Waroeng SS.

c. Bagi Penulis

Sebagai bentuk pelatihan untuk proses perancangan iklan komersial agar lebih baik dari yang sebelumnya serta sebagai bentuk sumbangan pikiran dari penulis (mahasiswa) untuk masyarakat.

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Metode Pengumpulan Data

Agar menunjang pencarian fakta dan pengumpulan data guna memecahkan masalah yang berkaitan dengan kasus ini, diperlukan pemahaman bagaimana iklan tersebut nantinya dapat dijalankan. Untuk mengetahui bagaimana iklan tersebut berjalan, diperlukan beberapa metode untuk memperoleh data yang akurat dan menghasilkan video iklan yang lebih baik. Metode-metode tersebut antara lain :

1. Wawancara

Penulis melakukan wawancara langsung dengan pihak-pihak yang berkepentingan yang merupakan narasumber untuk mendapatkan informasi.

2. Observasi

Observasi adalah metode yang sangat efektif digunakan, karena penulis melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan pengolahan data ditempat penelitian.

3. Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan membaca buku untuk mendapatkan bahan tambahan yang bersifat teoritis dan relevan yang dapat menunjang laporan yang berkaitan dengan topik yang diambil serta pemecahan yang ada.

4. Metode Kearsipan

Metode kearsipan merupakan metode pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari data-data arsip yang telah ada yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi.

1.6.2. Analisis

Dalam metode ini, penulis mengadakan pemeriksaan kebenaran data. Penulis juga membandingkan kekurangan dan kelebihan cara promosi lama dengan cara promosi yang baru.

1.6.3. Perancangan

Dalam metode ini, penulis mulai membuat sebuah rancangan desain untuk membuat sebuah iklan televisi sebagai media promosi.

1.6.4. Produksi

Dalam penelitian ini penulis melakukan 2 tahap produksi yaitu tahap praproduksi yang meliputi tahap pembuatan storyboard dan pembuatan jadwal produksi. Tahap yang selanjutnya adalah tahap pasca produksi yang meliputi editing dan penayangan.

1.6.5. Implementasi

Merupakan tahap meletakkan sebuah iklan televisi untuk ditayangkan. Tahapan ini meliputi pengeditan video dan audio.

1.6.6. Pengujian

Dalam penelitian ini penulis melakukan pengujian dengan cara menayangkan iklan Waroeng SS di stasiun televisi lokal RBTv.

1.7. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Skripsi pada dasarnya untuk memudahkan pengertian tentang isi Skripsi secara garis besar. Adapun penulisan tersebut dibagi dalam 5 bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan dan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II DASAR TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan tentang teori-teori yang digunakan oleh penulis sebagai dasar penelitian dan gambaran tentang perangkat lunak yang akan digunakan oleh penulis dalam menyusun iklan.

BAB III ANALISIS DAN PERANCANGAN IKLAN

Dalam bab ini berisikan gambaran tentang Waroeng SS yang meliputi sejarah berdiri, analisis yang digunakan yaitu SWOT, sistem yang akan dibangun meliputi ide cerita, pembuatan naskah dan pembuatan storyboard.

BAB IV IMPLEMENTASI IKLAN

Dalam bab ini akan menjabarkan langkah-langkah pembuatan video mulai dari pengambilan gambar, editing, rendering sampai tahap akhir.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian.